

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ПОКРАЩЕННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОГО КОМПЛЕКСУ

Резюме. Розглянуто аспекти покращення комерційної діяльності підприємств машинобудівного комплексу, виявлено ряд економічних чинників, що впливають на розміщення підприємств машинобудівної галузі, висвітлено процес створення нового товару.

The summary. The aspects of improving the business machine-building enterprises, activity are analysed zone economic factors affecting the location of machine-building industry enterprises are found. The process of creation new good is described.

Ключові слова: машинобудівний комплекс, сировина, технологічні процеси, товар, конкурентні стратегії.

Постановка проблеми. Машинобудування без перебільшення можна назвати основою промислового виробництва будь-якої країни. Машинобудівний комплекс забезпечує виробництво машинами та обладнанням, а населення – предметами споживання. Важливість його стабільного розвитку для економіки визначається тим фактом, що протягом кількох століть сектор машинобудування залишається єдиним постачальником капітальних ресурсів на підприємства інших галузей. Від ступеня розвиненості машинобудування залежить стійкість і ефективність розвитку інших секторів і всієї економіки в цілому. Вони формують найактивнішу частину основних виробничих фондів держави і мають достатній рівень інноваційної активності. Ці підприємства машинобудівної галузі, що завжди були найважливішим сегментом вітчизняної промисловості, яку ще є надія відновити і зберегти від тиску конкурентів та повного банкрутства в умовах кризи, потребують негайної допомоги в Україні. Проте на сьогодні українське машинобудування відстає за рівнем розвитку від більшості країн.

Оскільки машинобудівна галузь різноманітна і містить як транспортне машинобудування, сільськогосподарське машинобудування, автомобілебудування, так і важке машинобудування, авіакосмічне машинобудування, кораблебудування, то ця галузь є галуззю багатовекторного спрямування і галуззю широкого кола споживачів. Вона потребує одночасного оздоровлення усіх категорій цих підприємств у межах усього машинобудівного комплексу. Тому постає проблема чіткої ідентифікації та інтеграції основних критеріїв прийняття оптимальних економічних рішень на всіх структурних підрозділах цих підприємств у розрізі пошуку компромісу між виробниками машинобудівної продукції, споживачами та інвесторами для досягнення стабільного фінансового результату всієї галузі та виведення інтегрального векторного критерію оптимальності у системі інноваційного корпоративного управління на прикладі діяльності машинобудівного комплексу.

Прийняття оптимального економічного рішення в умовах ринку є особливо важливим у практичній діяльності тих підприємств, які мають нестійкий фінансовий стан і потребують відновлення своєї платоспроможності та конкурентоспроможності. На результати діяльності підприємств машинобудування впливає своєчасність і раціональність прийняття ефективного рішення.

Аналіз останніх досліджень. Питанням покращення діяльності підприємств машинобудівного комплексу присвячені наукові публікації вчених, серед яких О.Кузьмін, І. Фарінович, Б.Данилишин, Д. Малащук, Н. Петришина та інші. Детальніше ці питання розглянуто в урядових документах і державних програмах розвитку машинобудування на наступні роки, де зазначено основні види розвитку галузі та запропоновано конкретні заходи для підвищення ефективності її роботи.

Метою даної публікації є розкриття аспектів, котрі впливають на розвиток підприємств машинобудівної галузі, а також висвітлення залежності розміщення машинобудівних підприємств від техніко-економічних факторів виробництва.

Виклад основного матеріалу. Машинобудування — провідна галузь промисловості, яка забезпечує випуск різноманітних машин (устаткування, приладів) для всіх галузей народного господарства і населення та визначає науково-технічний прогрес у національній економіці, забезпечуючи її технічне переозброєння, інтенсифікацію і підвищення ефективності всього суспільного виробництва.

За роки трансформації економіки машинобудівний комплекс країни зазнав тривалої руйнівної кризи, реформування відносин власності, структурних деформацій і вийшов на шлях адаптації до умов ринкової кон'юнктури та освоєння нових промислових ринків. Ці процеси супроводжувалися значними втратами виробничого і кадрового потенціалу більше ніж двократним скороченням частки продукції машинобудування в промисловому виробництві, зниженням активності в інноваційно-інвестиційній діяльності тощо.

Машинобудівний комплекс займає перше місце з випуску валової продукції, друге – по основних фондах (25%) і перше місце – по промисловому персоналу (42%).

Сучасне машинобудування в комплексі з металообробкою включають кілька десятків галузей і підгалузей, подібних за технологіями та сировиною, що використовується. Окрім того, до його складу входить “мала” металургія – виробництво сталі і чавуну на машинобудівних підприємствах у ливарних цехах.

Продукція машинобудівної галузі найскладніша, бо складається з багатьох десятків деталей вузлів та агрегатів. Виготовити їх на одному заводі неможливо, простіше і дешевше випускати окремі деталі на різних підприємствах. Тому машинобудівні заводи мають переважно вузьку спеціалізацію (подетальну і предметну). Для випуску готової продукції підприємства встановлюють між собою коопераційні зв'язки (поставки деталей, комплектуючих виробів, матеріалів тощо). Такими зв'язками може бути охоплено десятки, а іноді й сотні підприємств. Тому однією з характерних особливостей машинобудівного комплексу є особливий вид комерційної діяльності – кооперування. Можна констатувати, що такі стосунки відсутні в харчовій чи легкій та інших галузях промисловості.

Технологічні процеси на підприємствах машинобудування та металообробку подібні, незважаючи на різну продукцію. Кожен великий завод має чотири типи основних цехів: ливарний, ковальсько-пресовий, механічний та складальний. У першому з металу відливають різні заготовки, у другому – деталі штампують або кують із прокату чи злитків, у третьому — їх обробляють механічним способом, а в четвертому – складають готові вироби. Крім цього, згадані підприємства мають потужну інфраструктуру, ремонтні, інструментальні, експериментальні цехи, транспортне і складське господарства тощо.

Підприємства машинобудівного комплексу мають відмінні від інших галузей особливості розміщення. Вони майже не залежать від природних умов і ресурсів, а продукція має широке коло споживачів. Унаслідок цього, машинобудування більш-менш розвинене в усіх регіонах країни, а наявні відмінності полягають у різному рівні розвитку та наборі галузей, їх значенні на різних територіях. В одних регіонах вони є галузями спеціалізації, в інших – задовольняють потреби тільки даного регіону.

Через нестачу фінансових ресурсів дуже повільно вирішуються проблеми відновлення виробничого потенціалу комплексу на основі використання інноваційних технологій і реалізації вітчизняних наукових розробок, подальшої зміни структури товарного виробництва й розвитку інвестиційних проектів забезпечення конкурентоспроможності кінцевої продукції.

Проблеми розвитку машинобудування є домінуючою частиною загальних проблем економіки, які потребують вирішення на нових засадах інноваційного та соціально-економічного розвитку країни.

На розміщення підприємств машинобудування значний вплив має ряд економічних чинників, особливо концентрація виробництва, його спеціалізація, кооперація, трудомісткість окремих видів продукції, зручність транспортно-економічних зв'язків, що виникають у процесі виробничих зв'язків.

Один із важливих принципів розміщення машинобудівних підприємств – орієнтація на сировину. Основна сировина для підприємств галузі – метали, а також конструкційні матеріали, які виробляють легка, хімічна, деревообробна промисловість. Машинобудівні підприємства споживають 1/3 прокату, майже 2/3 сталевих литва, 40% чавуну, що виробляється в країні. Підприємства, які потребують великої кількості металу, відносять до металомістких. Металомісткі виробництва здебільшого розміщені в районах металургійної промисловості.

Розміщення машинобудування значною мірою визначається трудомісткістю виробів, рівнем кваліфікації праці, а також особливостями спеціалізації і кооперованих зв'язків підприємств. Рівень металоємності сам по собі не є визначальним чинником розміщення машинобудування. Багато видів продукції машинобудування, що відрізняються високою

металоємністю, є одночасно і працемісткими. Масовий і крупносерійний випуск готової продукції настільки сильно знижує витрати на її виготовлення, що це виправдовує виникаючі в ході кооперованих зв'язків або поставок продукції споживачам далекі перевезення.

Розміщення підприємств машинобудування знаходиться в прямій залежності від техніко-економічних факторів виробництва, насамперед від таких його особливостей, як конструкційна складність продукції. За характером технологічного процесу багато галузей машинобудування тяжіють до районів високої технічної культури, які володіють кваліфікованими робітничими кадрами.

Більшість галузей машинобудівного комплексу належить до трудомістких, тобто таких, які потребують відносно небагато сировини, але значних затрат праці на виготовлення продукції.

Варто підкреслити, що в машинобудуванні споживацький фактор має більший вплив на розміщення виробництва, ніж сировинний. Виготовлення машин та обладнання споживає значну кількість чорних металів, що виробляються в Україні.

За умови територіальної розрізненості сировинних баз та основних споживачів машин і обладнання, райони споживання мають перевагу. Справа в тому, що в машинобудуванні витрати матеріалів на 1 т готової продукції складають в середньому 1,3-1,5 т, між тим як витратити на транспортування будь-якої машини набагато більше від витрат на транспортування металу, використаного для її виробництва. Тому навіть металоємні виробництва, які дають малорентабельну продукцію (особливо, якщо вона масова), часто тяжіють до районів споживання.

Глибока спеціалізація заводів змушує здійснювати, здавалося б, явно не вигідні перевезення. Існування такого виду перевезень неминуче в умовах сучасної організації машинобудівного виробництва. Випуск же дрібносерійної або індивідуальної продукції епізодичний і не може визначати розміщення підприємств для її виготовлення залежно від металургійних баз і споживачів.

Створення всіх підприємств-суміжників у районі розташування головного підприємства-споживача при невеликій розмаїтості виробів і матеріалів, що поставляються, виявляється неможливим. Випуск же кінцевих видів продукції машинобудування, що йдуть в інші галузі самого машинобудування або народного господарства, призначений для задоволення всього народного господарства, побуту й експорту вважається найрентабельнішим. Споживачі такої продукції розміщуються в усіх районах країни і за її межами. Тому, в переважній більшості випадків, розміщення підприємств машинобудування району не може орієнтуватися тільки на чинник споживання його продукції на місцях.

Тільки окремі види продукції, призначені для використання в специфічних природних умовах, випускаються в районах їхнього споживання – кораблі, шахтне та металургійне устаткування і кукурудозбиральні комбайни, які випускають в Донбасі та Південному економічному районі, дуже часто знаходять тут свого споживача.

Зазначені особливості розміщення машинобудування району зумовлює велику роль і значення транспортного чинника в здійсненні кооперованих поставок і забезпеченні споживачів готовою продукцією.

Ритмічність роботи конвеєрів і поточкових ліній машинобудівних заводів залежить від чіткої роботи як підприємств-суміжників, так і транспорту. Розвинена транспортна мережа району, яка склалась історично (залізничний транспорт, розвинена система річкових і морських портів), можливість використовувати різні види транспорту між підприємствами, що кооперуються, підвищує надійність внутрішньодержавних і міжнародних зв'язків. У результаті здешевлення транспортування продукції на усіх видах транспорту через зростання обсягів перевезення, близькість постачальників продукції в даний час відіграє набагато меншу роль, ніж у минулому.

В усіх галузях машинобудування зростає значення науково-дослідних робіт. Науковість – визначальна риса багатьох сучасних машинобудівних виробництв. Такі виробництва тяжіють до найбільших міст і агломерацій, де сконцентрована наукова база країни.

Машинобудівний комплекс розвивається значною мірою за рахунок конверсії, тобто переведення підприємств, які раніше обслуговували військово-промисловий комплекс, на

створення нових виробництв, високих технологій (розроблення сучасної промислової й електронної техніки, комп'ютерів). Важливе значення має також створення невеликих, технологічно гнучких підприємств для випуску різноманітних товарів народного споживання.

На сьогодні машинобудування зберігає свій вплив у промисловому виробництві районів. Продукція багатьох підприємств є унікальною та такою, що відповідає найсучаснішим вимогам. Але, на жаль, обсяги виробництва зменшуються щороку з одночасним старінням обладнання. Однак на сьогодні є цілком можливий вихід машинобудування з кризи та повернення до необхідних обсягів виробництва. Цього можна досягти поєднанням допомоги держави на законодавчому рівні з одночасним виходом підприємств машинобудування з-під впливу держави, тобто держава повинна створити на кілька років пільговий податковий режим для згаданих підприємств, особливо для тих, які впроваджують нові технології та забезпечують випуск нової сучасної продукції. Самі ж машинобудівні підприємства, особливо великі, мають створити дочірні підприємства або підрозділи, які б займалися пошуком споживачів готової продукції та пошуком найвигідніших для підприємства варіантів закупівлі обладнання та сировини. В цьому велика відповідальність покладається на служби маркетингу підприємств, які необхідно створювати або доукомплектовувати висококваліфікованими спеціалістами.

Протягом багатьох десятиріч років у нашій країні в умовах високої монополізації виробників регулятором виробництва машинобудівної продукції був не реальний попит, а навпаки, адміністративно-командний механізм розподілу регулював споживання, формував потреби і смаки покупців. У цих умовах проблема збуту товару у виробників практично не поставала, а якщо й виникала, то зважувалася лише у відношенні тієї продукції, що підлягала реалізації на зовнішньому ринку. З розвитком ринкового механізму ця проблема в нашій країні, природно, різко загострилася і її вирішення зажадало від усіх суб'єктів ринку активного пошуку шляхів і методів підвищення конкурентоздатності вироблених товарів. У зв'язку з цим, у сучасній економіці машинобудівного комплексу основним напрямком фінансово-економічної і виробничо-збутової стратегії кожного виробника стає підвищення конкурентоздатності виробленого товару для закріплення його позицій на ринку з метою отримання максимального прибутку.

Відомо, що в збутовій політиці щодо товару беруть до уваги, насамперед, його функціональне призначення, надійність, довговічність, зручність використання, естетичність зовнішнього вигляду, пакування, сервісне обслуговування, гарантії, супровідні документи, інструкції та інші характеристики, тобто здатність товару задовольняти потреби покупця краще, ніж товари-конкуренти. Створення такої споживчої цінності товару, яка б містила в собі всю сукупність властивостей товару, а також супутніх послуг є найважливішою умовою виживання на ринку.

Виробник, створюючи конкурентоздатний товар, застосовує різні конкурентні стратегії. Він, наприклад, може:

- домогтися відмінності товарів підприємства в очах покупців від товарів конкурентів;
- вибрати з намічених до виробництва товарів один, що є найпривабливішим для всіх покупців, і здійснити на цій основі прорив на ринку;
- відшукати нове застосування товарам, які випускають;
- вчасно вилучити економічно неефективний товар зі збутової програми підприємства;
- знайти вихід на нові ринки, як зі старими, так і з новими товарами;
- здійснювати модифікацію товарів, які випускають, відповідно до нових смаків і потреб покупців;
- регулярно розвивати та удосконалювати систему сервісного обслуговування реалізованих товарів і систему стимулювання збуту в цілому.

У міжнародній практиці вважається доцільним випускати не один товар, а їхній досить широкий параметричний ряд, що утворює асортиментний набір. Чим ширші параметричні ряди й асортиментні набори, тим вища ймовірність того, що покупець знайде для себе оптимальний варіант закупівлі.

Безперечно, керівництво підприємства повинно вивчати питання про власні можливості забезпечення такого обсягу виробництва товару, що дозволив би опанувати запланованими частками наміченого ринку з метою забезпечення рентабельності виробництва і збуту. Дуже важливе питання ресурсного забезпечення підприємства – можливостей придбати необхідні

матеріали, комплектуючі вироби, напівфабрикати, залучити необхідні фінансові ресурси і кадри з відповідним рівнем кваліфікації.

Ключовим моментом у завоюванні позицій на ринку щодо численних конкурентів є своєчасне відновлення вироблених товарів, підготовка й організація виробництва нових видів продукції. У сучасному світі створення і виробництво нових товарів мають вирішальне значення для функціонування підприємств. Згідно зі статистичними даними після освоєння нової продукції, що складає основу виробництва, темпи зростання її реалізації приблизно удвічі вищі, ніж у конкурентів. Випускаючи нову продукцію і розширюючи асортимент пропонованих товарів, фірми прагнуть знизити залежність від одного товару, що може в будь-який час з урахуванням непередбачених змін ринку призвести до банкрутства. Відомо, що сьогодні багато підприємств і фірм в нашій країні приступають до серйозної реструктуризації виробництва і поряд з відновленням профільної продукції налагоджують випуск товарів народного споживання.

Однак створення нового товару – процес надзвичайно складний тому, що крім конструкторсько-технологічних рішень і модернізації виробничої бази мова йде, в кінцевому рахунку, про створення такої товарної маси, що цілком відповідає вимогам ринку. Відомо, що значна кількість нових товарів, введених на ринок, терпить комерційний провал: приблизно 8 з 10 товарів не виправдовують надій виробників. Основними причинами є: недостатнє значення стану попиту саме на даний товар, технічні й експлуатаційні дефекти товару, неефективна реклама, завищена ціна, непередбачені відповідні дії конкурентів, невірний обраний час для виходу на ринок, невирішені виробничі проблеми, тобто в цілому неправильна конкурентна політика.

В основі концепції створення нового товару сьогодні лежить не стільки дотримання традиційних прагнень до досягнення нових технічних і техніко-економічних параметрів, скільки прагнення створити "товар ринкової новизни" з високим рівнем конкурентноздатності щодо інших аналогічних товарів.

Після попереднього оцінювання ідеї про створення нового товару (а цих ідей, як правило, вивчають безліч), в основі якого лежать: ретельний аналіз переваги споживача при переході на купівлю нової продукції; місткість ринку і труднощі проникнення на нього; характер і гострота конкуренції за аналогічною продукцією; можливості конкурентів виходу на цей же ринок з аналогічною продукцією, – керівництво підприємства вивчає оцінку економічної ефективності випуску нового виробу. Ця оцінка містить у собі, насамперед, визначення економічних параметрів виготовлення головного зразка, для чого складають калькуляцію собівартості виготовлення і збуту, визначають можливі надходження коштів від продажів. Зіставлення витрат з доходами дозволяє вирішити питання про доцільність запуску нового виробництва. Потім розробляють детальний бізнес-план випуску нового виробу, досліджують джерела постачання і розробляють комплекс заходів для забезпечення реалізації товару – від реклами до технічного обслуговування.

На ухвалення рішення про випуск нового товару вирішальний вплив справляють два фактори:

- виробничий, де визначають й оцінюють рівень наявності ресурсів і складають калькуляцію сукупних витрат;
- ринковий, де вивчають й оцінюють можливості створення конкурентноздатного товару та наявність споживачів.

При виробленні ринкової стратегії дуже важливо навчитися вчасно вилучати економічно неефективний товар з виробничої програми промислової фірми.

Впровадження згаданих та інших заходів певною мірою забезпечить конкурентноздатність продукції, прибутковість підприємств і, відповідно, подальший розвиток машинобудування в цілому.

Висновки. У країнах з перехідною економікою, де не вдається успішно реалізувати програми ринкового реформування і підвищити ефективність виробництва, актуальними є проблеми активізації діяльності підприємств. Однією з пріоритетних в економіці країни галузей, яка має значний потенціал і є базовою для інших галузей – машинобудування. Проте на даний час переважна більшість машинобудівних підприємств перебуває в кризовому стані.

Впровадження згаданих та інших заходів певною мірою забезпечить конкурентноздатність продукції, прибутковість підприємств і, відповідно, подальший розвиток машинобудування в цілому. Зрозуміло, що все вищезазначене веде до зниження витрат, зростання прибутків, а значить – до підвищення ефективності виробництва. Найсуттєвіший вплив тут мають такі показники, як рівень наукомісткості й оновлення продукції на підприємстві. На розміщення підприємств машинобудування впливає ряд економічних чинників, особливо концентрація виробництва, його спеціалізація, кооперація, трудомісткість окремих видів продукції, зручність транспортно-економічних зв'язків, що виникають у процесі виробничих зв'язків. Один із важливих принципів розміщення машинобудівних підприємств — орієнтація на сировину.

Впровадження цих показників у практику роботи машинобудівних підприємств дасть можливість оцінити не лише стан, а й перспективи розвитку діяльності підприємства.

Використана література

1. Розміщення продуктивних сил: підручник / за ред. Є.П. Качана. – К.: Вища школа, 1998. – 375 с.
2. Розміщення продуктивних сил: підручник / за ред. В.В. Ковалевського, О.Л. Михайлюк, В. Ф. Семенова. – К.: Знання, КОО, 1998. – Економічний портал. – 546 с.
3. Лернер Ю.І. Проблеми прийняття економічних рішень у сучасних умовах / Ю.І. Лернер. – Харків: Торсінг, 2003. – 320 с.
4. Ліпич Л.Г. Фактори впливу на розвиток зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств України / Л.Г. Ліпич, А.О. Фатенок-Ткачук // Економіка та держава. – 2008. – №5 – С.29–32.
5. Долішній М. Підприємництво в Україні: проблеми становлення та розвитку / М. Долішній, М. Козоріз, В. Мікловда. – Ужгород: Карпати В, 1997. – 358 с.